

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Indonesia merupakan wilayah yang berkembang dengan jumlah penduduk yang cukup besar serta kebutuhan manusia yang tidak ada batasnya. Dengan melihat keadaan perekonomian pada saat ini dan kebutuhan manusia semakin banyak, serta munculnya perdagangan bebas yang dapat menjadi pesaing besar. Di era globalisasi seperti ini, banyak perusahaan yang berdiri dengan berbagai produk atau jasa baru yang ditawarkan. Semakin bertambahnya perusahaan-perusahaan yang ada, tentunya akan memperketat persaingan dalam pasar. Ketatnya persaingan menyebabkan perusahaan berusaha untuk memenangkan persaingan dengan cara menerapkan strategi bersaing yang tepat sehingga dapat melaksanakan serta mewujudkan tujuan-tujuan perusahaan sesuai dengan apa yang diharapkan. Perusahaan yang tidak mampu menciptakan inovasi baru dapat dipastikan akan sulit memenangkan persaingan di dunia global. Selain itu, dibutuhkan pula strategi bersaing yang handal dan berorientasi ke depan, dimana perlu adanya penyusunan strategi yang matang dan tidak main-main. Perusahaan harus memahami apa yang diinginkan konsumen saat ini dan untuk masa mendatang.

Strategi bersaing dalam unit bisnis merupakan hal yang penting karena untuk menemukan posisi dalam industri tersebut di mana perusahaan dapat melindungi diri sendiri dengan sebaik-baiknya terhadap

tekanan (gaya) persaingan atau dapat mempengaruhi tekanan tersebut secara positif (Michael E. Porter 2008). Menurut Wibowo Kuntjoroadi dan Nurul Safitri (2009) menjelaskan bahwa strategi bersaing itu penting karena untuk menanggulangi kekuatan lingkungan demi kepentingan perusahaan. Sedangkan menurut jurnal oleh Claudia Vanesha Pitoy, Altje Tumbel, dan Maria Tielung (2016) strategi bersaing penting sebab untuk menyelidiki masalah-masalah dan faktor dalam penenrapan strategi bersaing perusahaan guna mempertahankan pelanggannya. Pemilihan strategi dengan tepat sangat diperlukan dalam menjalankan usaha di tengah persaingan yang ketat agar dapat membantu perusahaan dalam menganalisis industrinya sebagai sebuah kesatuan dan mampu menghadapi masa depan. Tidak semua strategi dapat diterapkan dalam sebuah perusahaan dikarenakan kapasitas yang dimiliki oleh perusahaan berupa lingkungan eksternal (peluang dan ancaman) yang ada dan lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) yang dimiliki. Maka dari itu diperlukan perumusan strategi yang kompeherensif melalui tiga tahap pengambilan keputusan, yakni tahap input, tahap pencocokan, dan tahap keputusan.

Indonesia merupakan wilayah yang memiliki kekayaan alam yang besar. Dengan kekayaan yang dimiliki dapat menumbuhkan inovasi bisnis berguna untuk menghasilkan pendapatan bertujuan memperbaiki perekonomian dan mengurangi angka pengangguran. Tidak diragukan lagi Indonesia memiliki banyak sekali jenis kopi berkualitas dan

terkenal dengan kelezatan kopinya. Kopi telah menjadi bagian dari gaya hidup modern, bukan hanya sekedar minumannya, tetapi bagaimana dan dimana meminumnya. Dahulu kopi merupakan minuman murah yang di konsumsi di pinggir jalan, namun sekarang disajikan di kedai kopi bernuansa modern. Di masa sekarang meminum kopi di kedai kopi sudah menjadi kebiasaan sehari-hari masyarakat Indonesia. Bukan hanya sekedar meminum kopi, tetapi juga untuk melakukan kegiatan tertentu, seperti bertemu dengan klien atau belajar kelompok bagi kalangan pelajar dan juga mahasiswa.

Banyak bermunculan beraneka ragan kedai kopi untuk memenuhi permintaan gaya hidup pelanggan yang mayoritas adalah anak muda. Dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin canggih, arus informatika semakin mudah didapatkan. Gaya hidup masyarakat kota dengan adanya sosial media mendorong masyarakat untuk membagikan kehidupan mereka atau hanya untuk sekedar bertukar informasi. Adanya sosial media segala kemudahan penyebaran informasi dapat mempengaruhi cara pandang dan gaya hidup seseorang agar di pandang oleh orang lain.

Kedai kopi sendiri adalah usaha bisnis yang di bangun untuk menjadi tempat bersantai yang mengutamakan sajian kopi, tetapi tidak hanya kopi yang di sajikan melainkan ada teh, kue serta beberapa makanan ringan dan makanan berat. Kedai kopi ini sering dijadikan tempat untuk bertemu dengan rekan kerja, berkumpul dengan teman, hingga

mengerjakan tugas kelompok. Hal ini menjadi fenomena tersendiri bagi para pengusaha karena masyarakat merupakan tipe masyarakat yang konsumtifnya tinggi. Peluang besar bagaimana para pengusaha berlomba-lomba menyajikan kedai yang menarik serta memiliki minuman atau makanan yang menjadi ciri khas. Keunggulan yang wajib dimiliki kedai kopi secara umum saat ini kenyamanan tempat tersebut, desain interior maupun eksterior dan cara penyajian yang unik, serta tidak lupa kualitas cita rasa sajian mereka.

Kedai kopi momentum merupakan kedai kopi yang mengusung tema *coffe shop*. Kedai kopi ini berdiri pada tahun 2018 yang mana belum banyak pesaing kedai kopi lain dengan keberagaman konsep dan sajian makanan atau minumannya. Setiap usaha yang memiliki pesaing dalam bidang usaha yang sama maka strategi merupakan salah satu faktor penentu yang penting dalam membentuk keunggulan bersaing bisnis. Dalam persaingan yang ketat diperlukan formulasi-formulasi dalam menjalankan bisnis. Sehingga strategi yang nantinya akan menentukan berhasil atau tidaknya sebuah bisnis. Dengan ketatnya persaingan bisnis Kedai Kopi di Kota Sidoarjo, kedai kopi Momentum sebagai salah satu kedai kopi yang telah turut serta sebagai penggerak pengusaha dalam bisnis kedai, dituntut agar mampu bertahan dalam persaingan dan dapat menghindari perpindahan pelanggan. Dibutuhkan strategi bersaing yang cocok untuk mengetahui langkah paling baik untuk dijalankan agar tetap menjaga eksistensi kedai kopi

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan peneliti, kedai kopi di Sidoarjo ini sangat tinggi tingkat persaingannya. Contoh pesaing-pesaing yang ada antara lain; cafe Defins, Kedai Rootnine, Cafe Swan, Sehari Sekopi, dan lain-lain. Mereka menyediakan bermacam-macam varian rasa kopi dan juga makanan ringan hingga makanan berat. Tetapi yang membedakan adalah cara penyajian, proses pembuatan dan juga cara pengemasan hidangan kopi hingga makanannya yang akan disajikan. Dengan banyaknya kedai kopi yang bermunculan pada saat ini, kedai Momentum Kopi masih beroperasi dengan baik hingga saat ini. Berbagai macam strategi telah diterapkan pada Kedai Momentum Kopi untuk dapat merebut dan menarik perhatian pelanggan serta dapat mengimbangi persaingan yang cukup ketat dalam dunia bisnis, mulai dari tempat yang bernuansakan modern yang memberikan kesan mewah, pelayanan yang sifatnya dapat memuaskan pelanggan untuk mendapatkan loyalitas pelanggan, serta cita rasa makanan yang baik. Saat ini Kedai Momentum Kopi lebih menekankan pada strategi kualitas produk dan inovasi tempat. Dengan mempertahankan cita rasa minuman kopi, makanan dan melakukan inovasi tempat setiap minggunya agar selalu memberikan kesan yang berbeda kepada pengunjung Kedai.

Berdasarkan pada latar belakang di atas peneliti tertarik untuk melakukan analisis yang diberi judul “Analisis Strategi Bersaing dalam Usaha Kedai Kopi di Sidoarjo (Studi pada Kedai Kopi Momentum)”.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, dapat di rumuskan suatu permasalahan yaitu:

1. Bagaimana strategi bersaing yang diterapkan Kedai Kopi Momentum dalam persaingan usaha kedai kopi?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menetapkan strategi bersaing usaha kedai kopi.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan tambahan , khususnya di bidang pemasaran yang berkaitan dengan strategi bersaing dalam usaha kedai kopi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan untuk Kedai Kopi Momentum dalam pelaksanaan strategi bersaing. Penelitian ini juga diharapkan dapat membuat peneliti lebih mengerti dan memahami strategi bersaing . Serta dapat menambah pengalaman bagi peneliti.